

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kajian literatur, penelitian sebelumnya serta analisis dan pembahasan data kualitatif sebagaimana yang telah disajikan pada bab 5, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Usia, jender, pekerjaan dan budaya menjadi faktor latar belakang konsumen dalam mengonsumsi jamu Indonesia. Memasuki masa puber wanita biasanya disarankan oleh orang tua maupun mengonsumsi jamu agar tubuh tetap dalam kondisi yang baik sementara untuk pria jamu tujuan mengonsumsi jamu agar memperoleh stamina yang baik dan menjaga kebugaran.
2. Keyakinan konsumen terhadap perilaku mengonsumsi jamu Indonesia didasarkan pada persepsi kerentanan, persepsi keparahan, persepsi manfaat dan persepsi halangan. Peluang menderita gangguan kesehatan yang sama serta manfaat-manfaat dari rutin mengonsumsi jamu menjadi dasar keyakinan konsumen.
3. Sikap konsumen terhadap jamu Indonesia terbentuk dari kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi, budaya yang melekat pada konsep diri konsumen dan karakteristik produk yang terdiri atas desain produk, komposisi produk dan keamanan mengonsumsi produk tersebut. Nilai-nilai yang melekat pada sebuah kebudayaan memainkan peran penting dalam pembentukan sikap konsumen.

4. Bagi konsumen jamu tradisional Indonesia, norma subjektif sangat berpengaruh terhadap pembentukan perilaku. Orang tua dan kolega menjadi individu yang mengenalkan jamu tradisional Indonesia melalui pemberian informasi/pengetahuan dan saran yang berkaitan dengan perilaku mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia. Pengetahuan orang tua mengenai khasiat-khasiat jamu tradisional Indonesia berperan penting dalam pemahaman generasi penerusnya terhadap jamu tradisional Indonesia.
5. Evaluasi positif mengenai jamu tradisional Indonesia terbentuk dari *positif disconfirmation* yaitu perasaan puas terhadap sebuah perilaku yang telah dilakukannya dan kualitas produk dari jamu tradisional Indonesia yang memberikan khasiat terhadap konsumen. Perasaan puas disebabkan oleh terpenuhinya harapan-harapan dari konsumen setelah rutin mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia.
6. Evaluasi positif terhadap perilaku mengkonsumsi jamu menghasilkan kesetiaan konsumen yang ditandai dengan seringnya konsumen mengkonsumsi jamu dan *preference behavior*. Konsep kesetiaan konsumen dibangun dari adanya sikap positif terhadap perilaku mengkonsumsi jamu, norma subjektif yang memberikan keyakinan atas perilaku dan kepuasan terhadap penggunaan produk jamu. Preferensi tersebut bukan dibentuk selama satu-dua hari tetapi preferensi tersebut mencerminkan konsep diri, nilai dan kebutuhan konsumen. Preferensi konsumen jamu tradisional Indonesia terbentuk sejak dini dan terus dibawa dalam perilakunya hingga dewasa.

7. Hasil dari penelitian perilaku konsumen jamu Tradisional juga membagi konsumen menjadi tiga tipe yaitu (1) *consumer ethnocentricity* yaitu perilaku mengonsumsi jamu berdasarkan pada nilai-nilai dari budaya yang melekat pada pribadi konsumen, (2) *consumer aculturation* yaitu perilaku mengonsumsi jamu disebabkan adanya peluang untuk mempelajari budaya baru dan (3) *consumer vicarious* yaitu perilaku mengonsumsi berdasarkan pembelajaran sosial dari lingkungan terdekat konsumen seperti dari orang tua maupun kolega.

6.2. Implikasi Penelitian

Hasil Suatu penelitian diharapkan mampu berimplikasi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan juga bagi masyarakat secara luas. Implikasi hasil penelitian ini meliputi implikasi teoritis dan implikasi praktis.

6.2.1. Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini telah menggambarkan perilaku konsumen jamu tradisional Indonesia sebagai produk pilihan konsumen untuk menjaga kesehatan. Maka penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran untuk menaruh perhatian lebih terhadap segmentasi budaya yang melekat pada pribadi konsumen.
2. Penelitian ini memberikan pengembangan model perilaku dari *theory of planned behavior* dalam penerapannya pada konsumen jamu tradisional Indonesia. Model perilaku yang dihasilkan dari penelitian ini tidak hanya menjelaskan perilaku mengonsumsi jamu

tetapi juga menjelaskan kesetiaan konsumen terhadap jamu tradisional Indonesia.

3. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru pada studi perilaku konsumen, khususnya perilaku mengonsumsi jamu tradisional Indonesia dengan latar belakang budaya dan etnis yang ada di Jawa Timur yang sangat jarang diteliti.
4. Penelitian ini menambah khasanah kajian karena menggunakan pendekatan kualitatif paradigma interpretif dengan desain penelitian fenomenologi dalam penelitian pemasaran sehingga dapat terkonstruksi motif-motif perilaku konsumen jamu tradisional Indonesia.

6.2.2. Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri obat tradisional untuk mengembangkan strategi pemasaran didasarkan pada keyakinan, sikap dan norma subyektif dari konsumen terhadap produk asli pengobatan tradisional Indonesia sehingga tetap dikonsumsi dan tetap dapat mempertahankan eksistensi ditengah ekspansi obat modern.
2. Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi praktis bagi pemerintah yang meregulasi obat tradisional Indonesia untuk melakukan pengembangan kebijakan publik untuk melestarikan produk pengobatan asli Indonesia.

6.3. Saran

Berdasarkan temuan, kesimpulan serta implikasi teoritis maupun implikasi praktis diatas, saran yang dapat dipaparkan oleh peneliti terkait dengan perilaku konsumen jamu tradisional Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Perilaku mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia merupakan perilaku yang sarat akan nilai-nilai budaya. Diharapkan bagi pemerintah, produsen jamu dan berbagai pelaku usaha jamu tradisional Indonesia dapat membantu untuk menjaga perilaku mengkonsumsi jamu sehingga mengkonsumsi jamu tetap menjadi kearifan lokal yang tidak mudah terpengaruh oleh produk-produk modern yang memberikan peluang mendegradasi keberadaan jamu tradisional Indonesia.
2. Pengetahuan (*ancient knowledge*) mengenai jamu tradisional Indonesia memegang peranan penting dalam menurunkan perilaku dari generasi ke generasi. Untuk dapat melanjutkan perilaku mengkonsumsi jamu, informasi-informasi yang dipaparkan kepada konsumen harus jelas dan akurat terkait dengan karakteristik produk dan manfaat yang diperoleh ketika rutin mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia karena faktor-faktor tersebut mampu membentuk sikap positif konsumen. Informasi yang akurat akan mempengaruhi kognisi dan afeksi dari konsumen yang mana akan memberikan penilaian positif terhadap perilaku mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia.
3. Temuan dari penelitian ini membagi tipologi konsumen jamu tradisional Indonesia menjadi tiga bagian yaitu *consumer ethnocentricity*, *consumer aculturation* dan *consumer vicarious*. Bagi

peneliti lain yang berminat dengan tema ini sebaiknya mengembangkan arah penelitian selanjutnya untuk lebih fokus pada proses akulturasi dari berbagai macam etnis konsumen jamu tradisional Indonesia sehingga mampu lebih jauh mengembangkan model perilaku konsumsi jamu tradisional Indonesia.